



دانشگاه گوارش کشاورزی و منابع طبیعی کرمان

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد پنجم، شماره اول، بهار ۱۳۹۷

<http://jead.gau.ac.ir>

ترسیم بوم مشاوره شغلی برای راه‌اندازی کسب‌وکار بر مبنای تجربیات فارغ‌التحصیلان موفق کشاورزی

*ابراهیم فرمانده^۱ و غلامحسین زمانی^۲

^۱دانشجوی کارشناسی‌ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه شیراز،

آستاد بخش ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه شیراز

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۱/۲۱؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱/۲۳

چکیده

بیکاری یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش روی کشورهای در حال توسعه محسوب می‌شود. این مسئله در بخش‌های مختلف اقتصادی از جمله کشاورزی احساس می‌گردد. بیکاری ذکر شده در بخش کشاورزی مربوط به فارغ‌التحصیلان رشته کشاورزی می‌باشد. در این زمینه بحث‌های نظری فراوانی صورت گرفته است اما در عمل، کوشش‌های چندانی به چشم نخورده است. مشاوره شغلی را می‌توان مهم‌ترین کوشش عملیاتی در این زمینه دانست. از این رو، هدف از انجام این پژوهش آن است که با ترسیم بوم مشاوره شغلی بستر مناسبی برای روشن نمودن مسیر دانشجویان کشاورزی به منظور راه‌اندازی کسب‌وکار موفق تهیه نماید. برای دستیابی به این هدف از مطالعه موردی چندگانه استفاده گردید. در این راستا ۱۰ نفر از فارغ‌التحصیلان رشته کشاورزی طی یک مصاحبه نیمه‌ساختارمند مورد بررسی قرار گرفتند. یافته‌ها نشان داد که می‌توان چهار راهبرد عمده شامل تشخیص فرصت‌های جدید، ارزیابی نیاز بازار، ملاحظه خلاقیت و نوآوری، و شبکه‌سازی را در فرایند اشتغال موفق این افراد تشخیص داد. از خلاصه‌سازی و دسته‌بندی موارد مطرح شده در مصاحبه‌ها، برای هر راهبرد، چندین توصیه راه‌اندازی کسب‌وکار استخراج گردید. در نهایت بر اساس یافته‌های حاصل از مرور ادبیات و مصاحبه، بوم مشاوره شغلی برای راه‌اندازی کسب و کار به وسیله دانشجویان کشاورزی ترسیم گردید.

واژه‌های کلیدی: بوم مشاوره شغلی، راه‌اندازی کسب و کار موفق، فارغ‌التحصیلان کشاورزی

مقدمه

شمسی، کمبود سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی، عدم ارتباط سازنده مراکز صنعتی و تولیدی با دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی و کم بودن روحیه کارآفرینی در فارغ‌التحصیلان بوده، موجب تبدیل مسئله بیکاری به یک بحران بزرگ اقتصادی- اجتماعی شده است (سبحانیان‌نژاد، ۱۳۸۹؛ پورکریمی، ۱۳۸۸).

کشورهای در حال توسعه از جمله ایران با چالش‌های اقتصادی زیادی از جمله اشتغال دست‌به‌گریبانند. افزایش نرخ بیکاری که نتیجه عوامل متعددی چون نرخ بالای رشد جمعیت در دهه ۶۰

*مسئول مکاتبه: efarmande@yahoo.com

مسائل اقتصادی، جایگاه ویژه‌ای دارد. در اقتصاد ایران، بیکاری به‌عنوان یک پدیده مخرب اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی مطرح بوده و رفع آن همواره، ازجمله دغدغه‌های اساسی برنامه‌ریزان بوده است (فرجی سبکبار و همکاران، ۱۳۹۴؛ کرباسی و همکاران، ۱۳۸۷).

برای بررسی دقیق بیکاری، لازم است تا از ابعاد مختلف به این مسئله پرداخته شود. به‌عنوان مثال، بررسی اشتغال در بخش‌های مختلف اقتصادی (از قبیل صنعت، کشاورزی و خدمات) و همچنین ارتباط این بخش‌ها با هم ضروری است. بخش کشاورزی به‌دلیل برخورداری از رشد مستمر و پایدار اقتصادی و نقش حیاتی در تأمین امنیت غذایی و توسعه اشتغال در جامعه، یکی از بسترهای مناسب جهت توسعه پایدار در کشور می‌باشد (محمدیان ماسوله، ۱۳۹۲). کشاورزی یکی از بخش‌های مهم اقتصادی (به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه) است که اشتغال در این بخش از جنبه‌های بسیار متنوعی نیازمند بررسی است. از یک‌طرف، بخش کشاورزی دارای ذینفعان بسیار متنوعی می‌باشد و از طرف دیگر سرشار از خطر و عدم اطمینان است (Culas and Mahendrarajah, 2005). این ویژگی‌ها در نهایت، کشاورزی را به یک بخش پیچیده تبدیل می‌کند که از نظر اشتغال حاوی تهدیدها و فرصت‌های فراوانی خواهد بود.

در کشورهای توسعه‌یافته، بخش کشاورزی از سوی بخش صنعت، کاملاً حمایت می‌شود ولی در کشورهای در حال توسعه، این بخش کشاورزی است که تا اندازه‌ای کاستی‌های بخش صنعت را جبران می‌کند. براساس آمارهای موجود در بخش کشاورزی در ایران در سال ۱۳۸۶ در حدود ۱۳ درصد تولید ناخالص داخلی (به قیمت ثابت)، حدود یک‌پنجم ارزش صادرات غیرنفتی و ۲۵ درصد اشتغال را به خود اختصاص داده است. این آمار نشان‌دهنده اهمیت

بر اساس گزارش سازمان بین‌المللی کار انتظار می‌رود که در سال ۲۰۱۷، ۳ میلیون و ۴۰۰ هزار نفر بیکار به جمعیت بیکار جهان افزوده شود و در مجموع ۲۰۱ میلیون نفر از جمعیت جهان شغلی نداشته باشند. نرخ بیکاری جهان در سال ۲۰۱۷ بالغ بر ۵/۸ درصد خواهد بود (ILO, 2017). رشد اقتصادی در آسیا و اقیانوسیه از ۵/۱ درصد در سال ۲۰۱۶ به ۵ درصد در سال ۲۰۱۷ کاهش یافته است. بنابراین نرخ بیکاری از سال ۲۰۱۶ به ۲۰۱۷ همچنان ۴/۲ است ولی نسبت جمعیت بیکار در این منطقه از ۸۴/۴ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ به ۸۵/۴ میلیون نفر در سال ۲۰۱۷ افزایش یافته است. منطقه آسیا و اقیانوسیه در مجموع ۶۳/۵ درصد از کل نیروی کار فقیر دنیا را دارد. در خاورمیانه که کشور ایران نیز در آن قرار دارد نرخ اشتغال از ۱/۶ درصد در سال ۲۰۱۶ به ۱/۳ درصد در سال ۲۰۱۷ کاهش یافته است و به‌تبع آن نرخ بیکاری این منطقه نیز از ۸/۹ درصد در سال ۲۰۱۶ به ۹/۲ درصد در سال ۲۰۱۷ افزایش یافته است (ILO, 2017).

امروزه مبارزه با بیکاری و ایجاد زمینه مناسب برای اشتغال از جمله وظایف بنیادین و دغدغه اصلی دولت‌ها محسوب می‌شود. از طرفی میزان موفقیت هر جامعه در دستیابی به توسعه، تا حدود زیادی با وضعیت اشتغال در آن جامعه ارتباط دارد. اشتغال و بیکاری، از جمله موضوع‌های اساسی اقتصاد هر کشوری است، به‌گونه‌ای که افزایش اشتغال و کاهش بیکاری، به‌عنوان یکی از شاخص‌های توسعه‌یافتگی جوامع تلقی می‌شود. نرخ بیکاری یکی از شاخص‌هایی است که برای ارزیابی شرایط اقتصادی کشور مورد استفاده قرار می‌گیرد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۶ الف). موضوع اشتغال و دستیابی افراد به شغل مورد نظر از اساسی‌ترین نیازهای یک جامعه محسوب می‌شود. مسئله اشتغال و به‌طور کلی نیروی انسانی در

بخش کشاورزی در اقتصاد ملی است (حسین محمدی، ۱۳۸۸).

طبق آمارهای موجود در سال ۱۳۹۶، نرخ بیکاری کل کشور معادل ۱۱/۷ درصد اعلام شده است که سهم بخش روستایی و کشاورزی، ۷/۴ درصد است. از این بین، سهم اشتغال بخش کشاورزی ۱۹/۱ درصد، بخش صنعت ۳۱/۴ درصد و بخش خدمات ۴۹/۵ درصد گزارش شده است. در استان فارس نرخ بیکاری در مجموع بخش‌های مختلف اقتصادی، ۱۰/۴ درصد اعلام شده است. (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۶ ب).

مرور ادبیات موضوع: براساس آمارهای موجود در سال ۱۳۹۰، حدود ۱۶۰ هزار دانش‌آموخته کشاورزی در کشور حضور دارند که از این تعداد ۳۵ هزار نفر هنوز به دنبال کارند و ۵۵ هزار نفر هم در بخش‌های غیرمرتبط به فعالیت مشغول‌اند (فرجی سبکبار و همکاران، ۱۳۹۴؛ یعقوب‌زاده، ۱۳۹۱؛ خسروی‌پور و همکاران، ۱۳۹۰؛ علی‌بیگی، ۱۳۸۷). مطالعات مختلفی به دنبال تسهیل روند اشتغال فارغ‌التحصیلان کشاورزی هستند. برخی به این نتیجه رسیده‌اند که برخورداری دانش‌آموختگان از شایستگی‌های مورد نیاز بازار کار، یکی از راه‌حل‌های کاهش بیکاری این بخش می‌باشد (یعقوب‌زاده، ۱۳۹۱). برخی راهکار تسهیل اشتغال فارغ‌التحصیلان کشاورزی را در بررسی موانع می‌نگرند و مهم‌ترین موانع اشتغال دانش‌آموختگان را شامل فقدان مهارت‌های عملی؛ عدم تناسب برنامه‌ها و دروس دانشگاهی با نیاز بازار کار، سیاست تعدیل ساختاری و نیروی انسانی دولت؛ نادیده انگاشتن بخش خصوصی و خوداشتغالی؛ افزایش شدید تعداد دانشجویان رشته‌های کشاورزی؛ محدود بودن فرصت‌های اشتغال؛ عدم حمایت دولت از دانش‌آموختگان کشاورزی و همچنین عدم علاقه آن‌ها به مشاغل بخش کشاورزی عنوان می‌کنند

(خسروی‌پور و همکاران، ۱۳۹۰؛ یعقوب‌زاده، ۱۳۹۱؛ محمدیان، ۱۳۹۲؛ نقل از زمانی و عزیزی خالخیلی، ۱۳۸۵). یعقوب‌زاده (۱۳۹۱) به نقل از زمانی و لاری (۱۳۸۳) عمده‌ترین دلایل بیکاری دانش‌آموختگان را عوامل زیر معرفی می‌کنند: ۱- مشکلات مربوط به زیادی تعداد دانش‌آموختگان ۲- مشکلات مربوط به نداشتن سرمایه کافی ۳- مشکلات مربوط به عدم حمایت دولت ۴- مشکلات مربوط به نداشتن توانایی کارهای عملی ۵- مشکلات مربوط به وجود افراد مسن در اداره ۶- مشکلات مربوط به عدم هماهنگی ادارات ۷- مشکلات مربوط به تبعیض به علت جنسیت ۸- مشکلات مربوط به عدم اعتماد به نفس ۹- مشکلات مربوط به کمبود فعالیت‌های اقتصادی ۱۰- مشکلات مربوط به وجود رابطه و پارتی در ادارات و ۱۱- مشکلات مربوط به عدم شناخت رشته‌های تحصیلی. برخی مطالعات نیز برای مقابله با بیکاری فارغ‌التحصیلان کشاورزی، تأکید خود را بر مفاهیمی مانند کارآفرینی قرار می‌دهد (خسروی‌پور و همکاران، ۱۳۹۰؛ هاشمی و همکاران، ۱۳۹۰). کارآفرینی فرایندی است که طی آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید با بسیج منابع، به ایجاد کسب‌وکار و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور و رشد یابنده مبادرت نموده و منجر به معرفی محصول و یا خدمات جدیدی به جامعه می‌گردد (خوشنویسان و همکاران، ۱۳۹۵؛ حریری و همکاران، ۱۳۹۵).

با وجود این که مطالعات انجام شده، عواملی برای مقابله با بیکاری و توسعه اشتغال در بین فارغ‌التحصیلان کشاورزی را معرفی می‌کنند، اما سازوکاری برای توسعه عوامل و جلوگیری از موانع ارائه نمی‌دهند. یکی از مشکلات اساسی در زمینه توسعه اشتغال در بین فارغ‌التحصیلان کشاورزی،

توانایی خویش برای احراز یک شغل در بخشی از زندگی خود را بالا می‌برد (Adome and Alli, 2013).

با توجه به تعاریف بالا می‌توان مفهوم مشاوره شغلی را این‌گونه تشریح کرد: مشاوره شغلی یک فعالیت پیوسته است که با توجه به تشخیص و نحوه به‌کارگیری منابع مادی، فیزیکی و انسانی و همچنین تمرکز بر قابلیت‌های فردی مانند هوش، مهارت‌ها، استعدادها، تجربیات، ارزش‌های شغلی و نگرش‌های فرد؛ شخص را برای احراز یک شغل آماده کرده و مسیر شغلی وی را در طول زندگی مدیریت می‌کند.

در مورد اهداف مشاوره شغلی مطالب مختلفی ایراد شده است. آدوم و آلی (Adome and Alli, 2013) اهداف مشاوره شغلی را آگاهی از جهان کار، گسترش آشنایی و جهت‌دهی به مشاغل، شناسایی عمیق شاخه‌های شغلی، آمادگی شغلی و درک اقتصاد شغل و جایابی برای تمامی متقاضیان عنوان می‌کنند. سیرز (Sears, 1982) ابعاد مشاوره شغلی را این‌گونه بیان می‌کند:

- شناسایی و درک فرد از خودش به‌گونه‌ای که فرد از ویژگی‌های شخصی خود و نگرش‌هایش و همچنین روابط متقابل با دیگران و محیط اطراف خود، به یک فهم جامع رسیده باشد؛
 - شناسایی شغل در اجتماع و فاکتورهایی که بر روی آن تأثیر می‌گذارد مانند رفتارهای شغلی و قوانین؛
 - شناسایی فاکتورهای ضروری و چندگانه مؤثر در برنامه شغلی؛
 - شناسایی اطلاعات و مهارت‌های موردنیاز دریافت شغل؛
 - به‌کارگیری این اطلاعات در فرایند تصمیم شغلی.
- هارگرو (۲۰۰۳) پنج شایستگی پایه‌ای برای مشاوران تعریف کرده است که یک مشاور متوسط با

چگونگی عملیاتی نمودن مفاهیم متنوعی است که در این زمینه معرفی شده‌اند. اما سازوکار عملیاتی نمودن این مفاهیم همچنان مبهم می‌باشد. از این‌رو، باید به مفاهیمی رجوع شود که به توسعه عملیاتی اشتغال کمک نماید. یکی از این مفاهیم مشاوره شغلی است. زمینه نظری تحقیق: مشاوره از نظر لغوی به معنای تبادل نظر و گفتگو و یک رابطه دوجانبه است که در آن افرادی که قادر به حل مشکلات رفتاری خود نیستند، برای فردی با صلاحیت و دارای تجربه علمی و عملی که همان مشاور است، مطرح می‌سازند (اکبرنژاد هنزایی، ۱۳۹۲).

تعاریف متفاوتی از مشاوره شغلی در میان صاحب‌نظران وجود دارد از جمله:

- مشاوره شغلی فرایندی است که مردم را قادر به تشخیص و به‌کارگیری منابع درونی و بیرونی برای تصمیم‌گیری مسیر شغلی، سازگاری و مدیریت مسائل مربوط به مسیر شغلی می‌نماید (کسایی اصفهانی و همکاران، ۱۳۹۴).
- مشاوره شغلی عبارت است از مشاوره، نصیحت یا راهنمایی‌ای که به‌طور اختصاصی بر روی فرصت‌های شغلی فرد (بیشتر در زمینه‌های آموزشی، کار و اجتماعی) متمرکز است. همچنین ممکن است بر روی این هدف مشاوره قرار بگیرد که فرد قادر باشد مسیر شغلی خود را تغییر دهد. مشاوره بر ترجیحات فرد برای شغل، هوش و استعداد او، مهارت‌های فردی، ارزش‌های شغلی و تجربیات فرد تکیه دارد (Carr, 2010).
- مشاوره شغلی به‌عنوان یک خدمت تعریف می‌شود که فرد یا گروهی از متقاضیان را که به‌دنبال راهنمایی برای انتخاب شغل یا رفع مشکلات آن هستند، راهنمایی می‌کند (Damming, 2001).
- مشاوره شغلی اشاره به یک فرایند تکاملی در بیشتر طول عمر فرد را دارد که از طریق آن، ظرفیت

فارغ‌التحصیلان را به‌عنوان راهبردها و توصیه‌های راه‌اندازی کسب‌وکار به دانشجویان ارائه داد. این سازوکار همان مشاوره شغلی است که بر مبنای یک سری راهبردها و توصیه‌هایی مستند ارائه می‌شود و این راهبردها و توصیه‌ها، بوم مشاوره شغلی را شکل می‌دهند. از این‌رو، هدف پژوهش حاضر، توسعه یک بوم مشاوره شغلی (حاوی راهبردها و توصیه‌ها) بر مبنای موفقیت‌های فارغ‌التحصیلان کشاورزی برای ارائه مشاوره به دانشجویان برای راه‌اندازی کسب‌وکار می‌باشد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع مطالعات کیفی بوده که با استفاده از مطالعه موردی چندگانه کل‌نگر^۱ انجام شده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات برای انجام این مطالعه پرسشنامه نیمه‌ساختارمند بوده که با استفاده از منابع رو در رو تکمیل گردید. تعداد شرکت‌کنندگان در این مطالعه ۱۰ نفر بودند و مبنای رسیدن به این تعداد دستیابی به اشباع نظری در مصاحبه با موارد ۹ و ۱۰ بود. طراحی اولیه پرسشنامه بر اساس ادبیات موضوع و آزمون آن با مطالعه دو مورد با افرادی خارج از جامعه مورد پژوهش بود. پس از انجام این پیش مطالعه پرسشنامه مورد بازنگری قرار گرفته و در قالبی نیمه ساختارمند در پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. افراد مصاحبه‌شونده از فارغ‌التحصیلان دانشکده کشاورزی شیراز بودند که دارای یک کسب و کار موفق در بخش کشاورزی بودند. این افراد با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها براساس روش کدگذاری محتوایی انجام گرفت.

حداقل میزان آموزش باید قادر به انجام آن‌ها باشد که عبارتند از:

- مشارکت (در همکاری با مشتری از ساختار سلسله مراتبی استفاده نکند و تعهدی کامل نسبت به موفقیت‌های مشتری از خود نشان دهد)؛
 - آینده‌گرا (کمک به مشتریان برای تنظیم و دستیابی به اهدافشان و ایجاد فرهنگ امکان‌پذیری)؛
 - بازسازی (توانمندسازی مشتریان به‌منظور انجام تغییرات موردنظر و ترویج تحولات شخصی)؛
 - شناخت (تفکر روشن و استراتژیک همراه با مشتری، نگرستن به مسائل خارج از میدان و داشتن تصویر کلی)؛
 - توسعه (تشویق مشتریان به دستیابی به نیازها و خواسته‌هایشان و تشویق آن‌ها بار تعریف چشم‌انداز) (نقل از عزیزی و حاتمی، ۱۳۹۴).
- همان‌گونه که قبلاً اشاره شد، بخش کشاورزی سرشار از خطر و عدم اطمینان است و این وضعیت منجر به تهدیدهای فراوانی شده است. از جمله این تهدیدها اشتغال دانش‌آموختگان کشاورزی می‌باشد. اما همین ویژگی‌های خاص بخش کشاورزی (از قبیل خطر و عدم اطمینان) به ایجاد فرصت‌هایی برای توسعه کسب‌وکار نیز منتج شده است، به‌گونه‌ای که می‌توان گفت بخش کشاورزی پتانسیل بالایی برای فعالیت دانش‌آموختگان این رشته دارد (محمدی، ۱۳۹۳؛ قائم‌مقامی، ۱۳۹۳). عده زیادی از فارغ‌التحصیلان کشاورزی مبادرت به راه‌اندازی کسب‌وکاری سودآور در این زمینه نموده‌اند و به‌عنوان نمونه‌های موفق محسوب می‌شوند. بنابراین، از یک‌طرف تعداد زیادی دانشجویان جوای کار و از طرف دیگر، تعدادی از فارغ‌التحصیلان موفق کشاورزی در زمینه راه‌اندازی کسب‌وکار، زمینه‌ای را فراهم می‌آورد که می‌توان تجربیات موفقیت‌آمیز

با اینکه توسعه پیدا می‌کند، پیچیده‌تر می‌شود. فرصت در مفهوم کسب‌وکار مفاهیمی را شامل می‌شود که عبارت است از: (۱) مفهوم خدمات یا محصولات تولیدی؛ به این معنی که چه چیزی ارائه شود. (۲) مفهوم بازار؛ به این معنی که برای چه کسی ارائه می‌شود. (۳) مفهوم زنجیره تحویل کالا و بازاریابی؛ به این معنی که محصول یا خدمات چگونه به بازار خواهند رسید (Ardichvili and Cardozo, 2000). فقط آن دسته از افرادی می‌توانند کسب‌وکار خود را به دست آورند که می‌توانند این فرصت‌ها را تشخیص دهند (Ardichvili, 2003; Wang et al., 2013).

توصیه‌هایی که فارغ‌التحصیلان موفق کشاورزی در این راهبرد ارائه کرده‌اند به شرح زیر است:

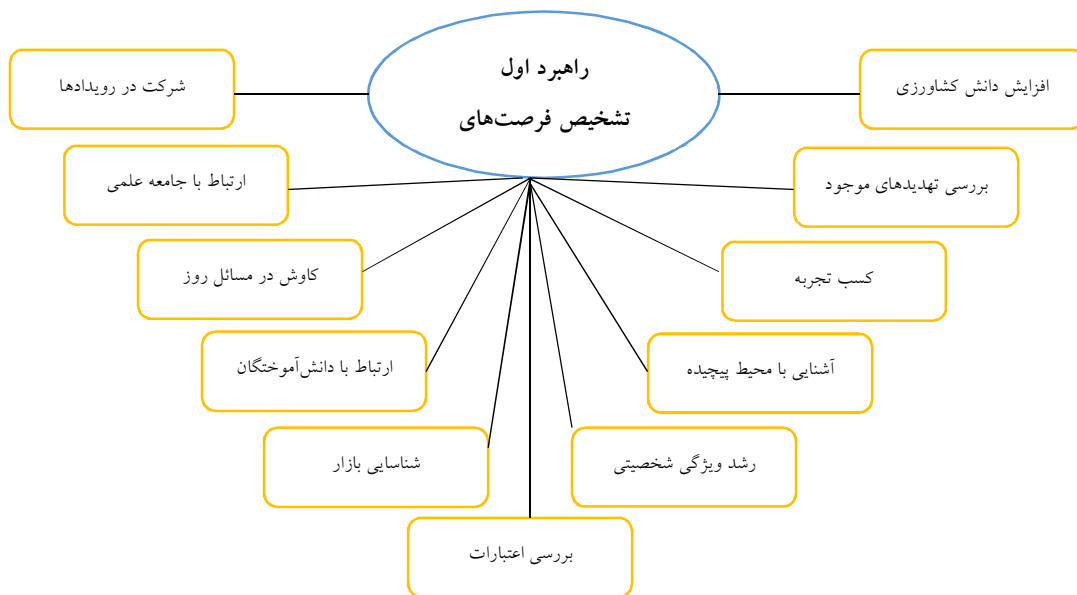
- افزایش دانش در زمینه کشاورزی؛
- بررسی دقیق تهدیدهای موجود در بخش کشاورزی؛
- کسب تجربه و آشنایی با کسب‌وکارهای کشاورزی؛
- آشنایی با محیط پیچیده بخش کشاورزی؛
- رشد برخی ویژگی‌های شخصیتی از قبیل باور داشتن به انجام کار؛
- بررسی مداوم و مستمر اعتبارات و تسهیلاتی که به بخش کشاورزی تخصیص داده می‌شود؛
- شناسایی بازار کشاورزی و سازوکارهای مرسوم آن؛
- ارتباط با دیگر دانش‌آموختگان بخش کشاورزی برای کسب ایده کسب‌وکار؛
- کاوش در مسائل اقتصادی و اجتماعی روز کشور برای پیدا کردن فرصت‌های کسب‌وکار؛
- ارتباط با جامعه علمی و دانشگاهی در بخش کشاورزی؛
- شرکت در رویدادها و گردهمایی‌ها مانند استارت-آپ‌های کشاورزی.

یافته‌ها و بحث

ابتدا بر اساس ادبیات موضوع، به شرح راهبردهای راه‌اندازی کسب‌وکار پرداخته می‌شود و پس‌از آن بر اساس یافته‌های پژوهش، توصیه‌هایی را که مصاحبه‌شوندگان در هر راهبرد ضروری دانسته‌اند ارائه خواهد شد.

راهبرد اول: تشخیص فرصت‌های جدید

تیمونز و همکاران (Timmons et al., 2003) تشخیص فرصت‌های جدید را به‌عنوان یکی از راهبردهای راه‌اندازی کسب‌وکار معرفی می‌کنند. در فرهنگ لغت آکسفورد فرصت به‌عنوان یک زمان، موقعیت ویژه یا شرایطی مطلوب برای رسیدن به هدف تعریف شده است (Baron, 2006). فرصت را می‌توان به‌عنوان شانس برخورد با یک نیاز، خواست یا علاقه بازار تعریف کرد که از طریق ترکیب منابع برای رسیدن به محصولی باارزش بالاتر به دست می‌آید. اما فرصت‌ها پدیده‌ای را توصیف می‌کنند که بدون ساخت آغاز می‌شود و در طول زمان توسعه می‌یابد (Ardichvili et al., 2003). تشخیص فرصت به‌عنوان توانایی تشخیص یک ایده خوب و انتقال آن به کسب‌وکار، به‌گونه‌ای که ارزش افزوده و درآمد تولید کند، نیز تعریف شده است (معصومی، ۱۳۹۴). تشخیص فرصت‌های جدید به معنی استقبال از ایده‌های تازه، انعطاف‌پذیری در مورد نوع کسب‌وکاری که افراد می‌خواهند راه‌اندازی کنند، و این ذهنیت که هر کسب‌وکار جدید، فرصتی برای یادگیری چیزهای جدید است. همچنین به معنی انعطاف‌پذیری در برابر دیدگاه اشخاص نسبت به راه‌اندازی کسب‌وکار می‌باشد (Timmons et al., 2003). فرصت ایده‌ای است که یک نفر با روش‌های ساختاری و غیر ساختاری آن را ارزیابی می‌کند تا دریابد که می‌تواند به یک فرصت تجاری کسب‌وکار در بازار بالقوه تبدیل شود یا خیر (صارمی و علیزاده ثانی، ۱۳۸۸). فرصت در مفهوم کسب‌وکار، هم‌زمان



نگاره ۱- توصیه‌های پیشنهادی فارغ‌التحصیلان موفق برای راهبرد اول.

راهبرد دوم: ارزیابی نیازهای بازار

منابع، ظرفیت‌ها و شایستگی‌های بازار در کنار ارزیابی نیازهای آن می‌تواند راهبردی مؤثر برای راه‌اندازی کسب‌وکار باشد. هیت و همکاران (Hitt et al., 2001) مرجع این راهبرد برای راه‌اندازی کسب‌وکار محسوب می‌شوند. شناسایی و سطح‌بندی نیازها برای رسیدن به راهبرد راه‌اندازی کسب‌وکار بسیار سودمند است. برای بررسی نیاز بازار باید اطلاعات مربوط به بازار را مدنظر قرار داد. اطلاعات بازار یعنی اطلاعات بیرونی که چارچوب و اهداف بالقوه ذینفعان را نشان می‌دهد (Harmancioglu et al., 2010). آگاهی از نیاز بازار و افراد، پیش‌نیاز اساسی برای راه‌اندازی کسب‌وکار است (Soltani et al., 2015). تمرکز بر اطلاعات مربوط به نیازهای واقعی و بالقوه بازار بدون در نظر گرفتن ارزش‌ها و باورهای افراد در مورد آن، ناکافی است (Deshpandé et al., 1993).

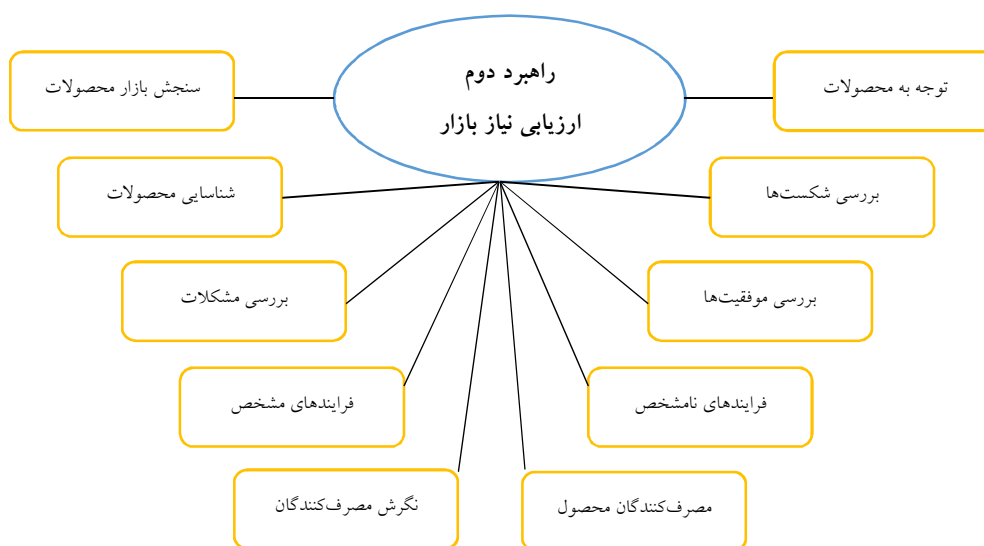
در گذشته و در بازار سنتی، فرض بر این بود که نیاز بازار و افراد برای راه‌اندازی کسب‌وکار، دقیقاً و طبق یک روال رسمی در بازارهای سنتی شناسایی

شده است و در یک ساختار سازمان‌یافته، تولید محصول و یا ارائه خدمت همان پاسخگویی به نیاز راه‌اندازی کسب‌وکار است (Stokes, 2000). نیازهای افراد است که به نیازهای بازار ارزش می‌دهد. بنابراین نیاز به راه‌اندازی کسب‌وکار به‌وسیله این موضوع تعیین می‌شود که فرصت ایجاد آن کسب‌وکار در بازار وجود داشته باشد (Webb et al., 2010). در حقیقت ارزیابی نیاز بازار به معنی "فرایند و مدیریت شناسایی، پیش‌بینی و رضایتمندی افراد است به‌گونه‌ای که برای ایشان سودآور باشد" (Stokes, 2000). ارزیابی نیاز بازار به دنبال فهمیدن نیازهای فعلی و آینده افراد و چگونگی رفع این نیازها است (Webb et al., 2010).

توصیه‌هایی که فارغ‌التحصیلان موفق کشاورزی در این راهبرد ارائه کرده‌اند به شرح زیر است:
- موردتوجه قرار دادن مشکلات محصولات کشاورزی (به‌عنوان مثال مشکلات مربوط به بسته‌بندی محصولات کشاورزی)؛

- بررسی دقیق شکست در کسب‌وکارهای کشاورزی و تلاش برای شناسایی عوامل آن‌ها؛

- بررسی دقیق کسب‌وکارهای موفق کشاورزی و سعی در شناسایی عوامل آن‌ها؛
- تعیین فرآیندهای مشخص در بخش کشاورزی (مانند فرآیند تولید به مصرف محصولات زراعی)؛
- بررسی مشکلات، کمبودها و نقاط ضعف موجود در فرآیندهای مشخص کشاورزی؛
- تعیین فرآیندهای نامشخص کشاورزی (مانند بسته‌بندی محصولات کشاورزی)؛
- شناسایی ذائقه‌های مختلف مصرف‌کنندگان محصولات متنوع کشاورزی؛
- نگرستن به مسائل و مشکلات از دید مصرف‌کنندگان؛
- پرداختن به مسائل و مشکلات موجود در بخش کشاورزی به شیوه‌ای متفاوت با راه‌حل‌های مرسوم؛
- شناسایی محصولات و خدماتی که در بخش کشاورزی مورد توجه مشتریان قرار گرفته است؛
- سنجش بازار محصولات کشاورزی و مسائل مربوط به بازاریابی محصولات؛
- شناسایی بازار جدید محصولات مانند میوه‌های استوایی و تولید کنسانتره مواد غذایی؛
- شرکت در نمایشگاه‌های کشاورزی و صنایع وابسته برای کسب ایده و شناسایی نیازهای جدید.



نگاره ۲- توصیه‌های پیشنهادی فارغ‌التحصیلان موفق برای راهبرد دوم.

است (Schut et al., 2016; Schut et al., 2015). نوآوری یک محصول یا فرآیند نوین تولید است که یک ارزش اقتصادی تولید می‌کند و یا یک تأثیر اجتماعی برجای می‌گذارد. در واقع نوآوری یک فرآیند شامل یک ایده یا محصول است که در یک سیستم اجتماعی قرار گرفته و هدف آن ایجاد ارزش است (Mars, 2016).

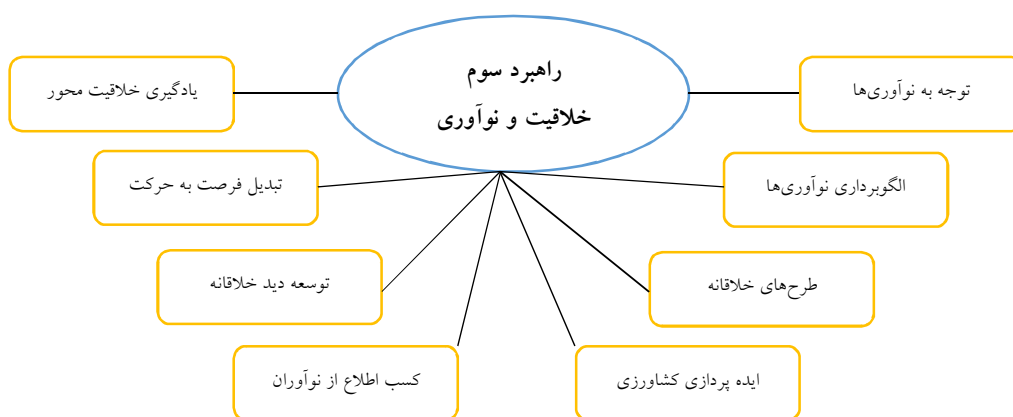
راهبرد سوم: خلاقیت و نوآوری

تیمونز و همکاران (Timmons et al., 2003) راهبرد خلاقیت و نوآوری را مرجع دیگری برای راه‌اندازی کسب‌وکار می‌دانند. خلاقیت، توانایی ربط دادن موضوع‌ها (صرف‌نظر از این‌که در چه حوزه یا زمینه‌ای انجام شود) از مبانی بهره‌گیری خلاق ذهن است (صارمی و علیزاده ثانی، ۱۳۸۸). نوآوری شامل یک فرآیند تکامل‌یافته تکنولوژی و سازمان اجتماعی

توصیه‌هایی که فارغ‌التحصیلان موفق کشاورزی در این راهبرد ارائه کرده‌اند به شرح زیر است:

- توجه به نوآوری‌های موجود در بخش‌های مختلف کشاورزی و الگوبرداری از آنها؛
- الگوبرداری از نوآوری‌های موجود در بخش‌های غیر کشاورزی و کاربرد آنها در بخش کشاورزی؛
- پیگیری طرح‌های خلاقانه در کسب‌وکارهای مختلف دنیا؛
- شرکت در کارگاه‌های ایده پردازی در زمینه کشاورزی و صنایع وابسته به آن؛
- کسب اطلاع از آخرین دستاوردهای بازار کشاورزی و تحلیل ابعاد خلاقانه و نوآورانه آن؛
- توسعه دید خلاقانه از طریق ارتباط با افسار مختلف فعال در بخش کشاورزی مانند دانشگاهیان و کشاورزان؛
- تلاش مداوم برای تبدیل فرصت‌های راکت قدیمی کسب‌وکار به یک حرکت نوآورانه به‌وسیله استفاده از تکنولوژی روز جهان؛
- توسعه یادگیری خلاقیت محور و افزایش ظرفیت‌های نوآورانه شخصی و سازمانی؛

خلاقیت و نوآوری جزء اساسی چارچوب راهبردی برای راه‌اندازی کسب‌وکار محسوب می‌شوند. زمینه رقابتی بازار یک روند غیرخطی دارد و کسی می‌تواند در این زمینه رقابتی موفق شود که از راه‌حل‌های غیرخطی، خلاقانه و نوآورانه استفاده کند (Hamel, 2000). بین خلاقیت، نوآوری و راه‌اندازی کسب‌وکار یک رابطه تنگاتنگ و متعامل وجود دارد (Hitt et al., 2001)، زیرا این دو مفهوم از پیش‌شرط‌های لازم برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار هستند (Drucker, 1985) و بعد کلیدی راه‌اندازی کسب‌وکار بر فعالیت‌های خلاقانه و نوآورانه متمرکز است (Lumpkin and Dess, 1996). انعطاف‌پذیری در برنامه‌ریزی، کنترل منابع نوآوری، و مشارکت افراد در فعالیت‌های نوآورانه مربوط به راه‌اندازی کسب‌وکار، اجرای یک کسب‌وکار موفق را تسهیل کرده و راهبردی برای ایجاد آن است (Stopford, 2001). آردیچویلی و کاردوزو خلاقیت را توانایی تشخیص سریع رابطه بین مشکل و راه‌حل معنی‌دار می‌دانند که به‌وسیله تعریف روابط پنهان و یا به‌وسیله اصلاح دوباره منابع موجود به‌صورت پنهانی انجام می‌شود. آنها به نقل از هیلز^۱ بیان می‌کنند که ۹۰ درصد مطالعات، نوآوری را به‌عنوان عاملی مهم در تشخیص فرصت کسب‌وکار معرفی می‌کنند (Ardichvili and Cardozo, 2000). دیدگاه راه‌اندازی کسب‌وکار نوآورانه، نیازمند یافتن یک ایده نو و تازه و یا بازسازی ایده، فعالیت و شغل فعلی (یا همان کاربرد خلاقیت) است (Hitt et al., 2001). نوآوری در واقع ظرفیت‌های ایجاد یک کسب‌وکار و توسعه آن را افزایش داده و مشوق اصلی موفقیت راهبردهای کسب‌وکار است (Subramaniam and Venkatraman, 1999).



نگاره ۳- توصیه‌های پیشنهادی فارغ‌التحصیلان موفق برای راهبرد سوم.

راهبرد چهارم: شبکه‌سازی

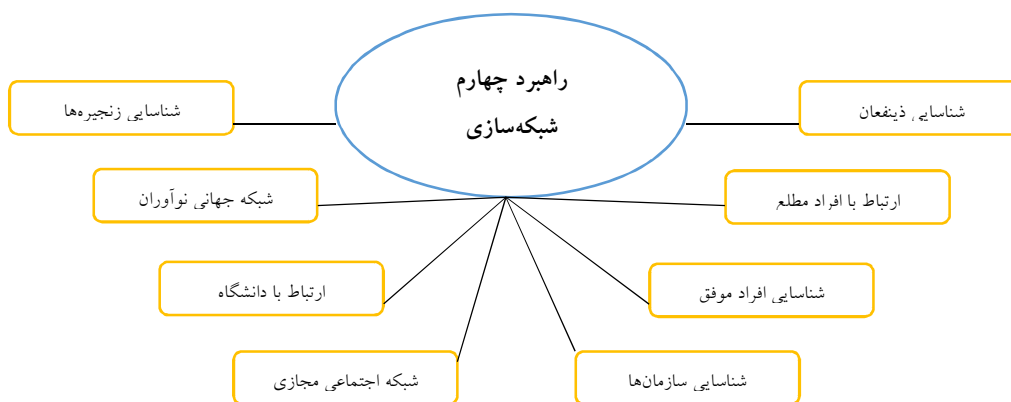
هیت و همکاران (Hitt et al., 2001) مرجع راهبرد چهارم راه‌اندازی کسب‌وکار هستند. شبکه اجتماعی مجموعه‌ای از الگوهای ارتباطی بین افراد، گروه‌ها و سازمان‌هاست که می‌تواند رابطه کارآفرینان را با منابع، اطلاعات و فرصت‌ها، تسهیل کند (قلی‌پور و همکاران، ۱۳۸۸). گسترش شبکه‌ها بسیار مهم است زیرا یک چارچوبی برای دسترسی به اطلاعات، منابع، بازار کسب‌وکار و فناوری فراهم می‌کند (Gulati et al., 2000). شبکه‌سازی می‌تواند منبع مهمی برای اطلاعاتی باشد که به راه‌اندازی کسب‌وکار و شناسایی فرصت‌های لازم برای آن کمک می‌کند (Cooper, 2001). لازم به ذکر است که گسترش شبکه‌های اجتماعی موجب ایجاد چارچوب‌های متفاوت و تازه برای کسب‌وکار می‌شود (Hitt et al., 2001). بسیاری از تحقیقات نشان داده است که افراد دارای شبکه اجتماعی گسترده‌تر، به‌طور معنی‌داری فرصت‌های بیشتری را تشخیص می‌دهند؛ تا جایی که برخی از محققان علاوه بر گستردگی شبکه اجتماعی، کیفیت آن را نیز بر راه‌اندازی کسب‌وکار مؤثر می‌دانند (Ardichvili et al., 2003).

اثربخشی شبکه‌ها موجب موفقیت عینی و استقرار کسب‌وکار راه‌اندازی شده نیز می‌شود زیرا که موجب اتحاد بین اعضای شبکه خواهد شد (Baum et al., 2000). مشارکت در شبکه‌ها، دسترسی به منابع و دانش تمامی اعضای متعلق به یک شبکه را برای تک‌تک اعضا ممکن می‌سازد. تعلق مستقیم و غیرمستقیم به یک شبکه، هردو ارزشمند است (Kogut, 2000). شبکه اجتماعی احتمال تشخیص فرصت کسب‌وکار را توسط افراد بالا می‌برد. افراد باید به اطلاعات و منابع مختلف دسترسی داشته باشند تا بتوانند فرصت‌های کسب‌وکار را تشخیص دهند، که شبکه اجتماعی این کار را تسهیل می‌کند. از طرفی اطلاعات درباره مناسب بودن فرصت تشخیص داده‌شده، به‌وسیله شبکه اجتماعی آشکار می‌شود (Fatima et al., 2011).

توصیه‌هایی که فارغ‌التحصیلان موفق کشاورزی در این راهبرد ارائه کرده‌اند به شرح زیر است:

- شناسایی ذینفعان بسیار گسترده و متنوع بخش کشاورزی (اعم از کشاورزان، عمده‌فروشان و خرده‌فروشان، واسطه‌ها، افرادی که در زمینه فرآوری مشغول هستند، فعالین در بخش صادرات و واردات):

- ایجاد ارتباط با افرادی که از اطلاعات متفاوتی در بخش‌های متنوع کشاورزی برخوردارند؛
- شناسایی افراد موفق در بخش کشاورزی از بین دوستان، آشنایان، خانواده و سایر نزدیکان و ایجاد ارتباط نزدیک‌تر با آنان؛
- شناسایی سازمان‌ها و نهادهای رسمی مرتبط با بخش کشاورزی و بررسی دقیق نقش آن‌ها در این بخش و برقراری ارتباط نزدیک و مستمر با این سازمان‌ها؛
- استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در زمینه کشاورزی؛
- ارتباط با دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی برای دسترسی به شبکه متخصصین و کارآفرینان حوزه کسب‌وکار؛
- ارتباط با شبکه‌های اجتماعی جهان و یافتن نوآوران عرصه کسب‌وکار و کسب ایده‌های بدیع راه‌اندازی کسب‌وکار؛
- شناسایی ذینفعان مؤثر در زنجیره‌های مختلف تولید و خدمات بخش کشاورزی و همچنین افراد مؤثر در بازار.



نگاره ۴- توصیه‌های پیشنهادی فارغ‌التحصیلان موفق برای راهبرد چهارم.



نگاره ۵- بوم مشاوره شغلی برای راه‌اندازی کسب‌وکار بر مبنای تجربیات فارغ‌التحصیلان کشاورزی.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در مطالعه حاضر هدف ترسیم بوم مشاوره شغلی با توجه به تجربیات فارغ‌التحصیلان موفق و ارائه درس‌های گرفته‌شده از شغل‌های موفق در زمینه راه‌اندازی کسب‌وکار به دانشجویان به‌عنوان یکی از عناصر اصلی مشاوره شغلی بود. از این رو، پژوهش حاضر با بررسی نکات قابل‌استخراج از دانش‌آموختگان موفق و کارآفرین بخش کشاورزی،

راهبردها و توصیه‌هایی برای راه‌اندازی کسب‌وکار طراحی نمود که با استفاده از مفهوم مشاوره شغلی می‌توان این راهبردها را به‌صورت عملیاتی پیاده‌سازی نمود. یافته‌های پژوهش موید این امر بود که در راه‌اندازی یک کسب و کار موفق باید چهار راهبرد تشخیص فرصت‌های جدید، ارزیابی نیازهای بازار، خلاقیت و نوآوری، و شبکه‌سازی را مد نظر قرار داد. در زمینه تشخیص فرصت‌های جدید افزایش دانش

- کشاورزی، بررسی تهدیدهای موجود، کسب تجربه و آشنایی با محیط پیچیده کسب و کار از مهم‌ترین مسائلی هستند که باید مد نظر قرار گیرند. در زمینه ارزیابی نیاز بازار مسائلی همچون توجه به محصول تولیدی، بررسی شکست تجارب صورت گرفته، بررسی موفقیت‌های تجارب صورت گرفته، و تعیین فرایندهای کسب و کارها از اهم اولویت‌ها هستند. توجه به نوآوری در زمینه کاری، الگوبرداری از نوآوری‌های صورت گرفته، کاربرد طرح‌های خلاقانه و ایده‌پردازی در زمینه رشته‌های کشاورزی از مهم‌ترین مسائلی هستند که باید در راهبرد خلاقیت و نوآوری مد نظر قرار گیرند. در زمینه شبکه‌سازی باید ذینفعان و سازمان‌های مربوطه را شناسایی نموده، و افراد مطلع و موفق را شناسایی نمود. با توجه به یافته‌ها و نتایج این پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:
- ایجاد شبکه دانش کشاورزی؛
 - ایجاد شبکه حرفه‌ای ذینفعان کشاورزی جهت به اشتراک‌گذاری تجارب؛
 - ایجاد شبکه ارتباطی بین ذینفعان مختلف بخش کشاورزی؛
 - انجام پژوهش در زمینه ترسیم بوم مشاوره شغلی در سایر زمینه‌های متنوع بخش کشاورزی و ذینفعان مختلف؛
 - انجام پژوهش‌های بیشتر با هدف شناسایی مهارت‌ها و قابلیت‌های دانشجویان کشاورزی بر اساس ویژگی‌های شخصیتی برای مشاغل مختلف در زمینه کشاورزی؛
 - انجام مطالعه در راستای دسته‌بندی و هدایت دانشجویان بر اساس مشخصه‌های مختلف مهارتی و روان‌شناختی برای مشاغل مختلف کشاورزی.

منابع

۱. اکبرنژاد هنزایی، م. ۱۳۹۲. مشاوره مسیر شغلی، تضمینی بر اثربخشی آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در جهت اشتغال - زایی پایدار. مجله مهارت‌آموزی، ۲(۷): ۶۹-۱۰۰.
۲. سبحانیان‌نژاد، ل. ۱۳۸۹. بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های کشاورزی دانش‌آموختگان در استان فارس. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه شیراز.
۳. پورکریمی، م. ۱۳۸۸. مقایسه رضایت شغلی و انگیزش پیشرفت در دانش‌آموختگان کشاورزی خود اشتغال و غیرخوداشتغال. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۵۱: ۱۷۵-۱۵۵.
۴. حریری، پ.، فکری، ک. و فانی، ح. ۱۳۹۵. اثربخشی مشاوره شغلی مبتنی بر الگوی چندمحوری شفیع‌آبادی بر مهارت‌های کارآفرینی و مهارت‌های اجتماعی دانش‌آموزان دختر. فصلنامه زن و جامعه، شماره ویژه‌نامه: ۱۶-۱.
۵. حسین‌محمدی، م. ۱۳۸۸. واکاوی ویژگی‌های مهندسين ناظر گندم و تعیین ارتباط آن با میزان موفقیت ایشان در استان فارس. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه شیراز.
۶. خسروی‌پور، ب. و منجم‌زاده، ز. ۱۳۹۰. دیدگاه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین در خصوص عوامل و موانع مؤثر در کارآفرینی و اشتغال دانش‌آموختگان کشاورزی. مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۲-۲(۱): ۱۱۶-۱۰۵.

۷. خوشنویسان، ف.، نصر، ا.ر.، نیستانی، م.ر. و شریف، م. ۱۳۹۵. بررسی نیاز آموزشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی در حوزه قابلیت‌های عام اشتغال‌زای مورد انتظار بازار کار با رویکرد کارآفرینی: یافته‌های یک مطالعه آمیخته. فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، ۸(۲۶): ۸۴-۶۸.
۸. صارمی، م. و عزیزاده ثانی، م. ۱۳۸۸. بررسی عوامل تأثیرگذار بر فرایند شناسایی فرصت‌های کارآفرینی بین کارآفرینان برتر منتخب. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱(۳): ۱۲۲-۱۰۳.
۹. عزیززی، م. و حاتمی، ف. ۱۳۹۴. شناسایی شایستگی‌های موردنیاز مشاوران کسب‌وکار. فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، ۷(۲۵): ۱۱۹-۱۰۲.
۱۰. علی‌بیگی، ا.ح. ۱۳۸۷. جوانان روستایی شهرستان کرمانشاه و چالش انتخاب شغل کشاورزی. فصلنامه روستا و توسعه، ۱۱(۱): ۷۶-۵۹.
۱۱. فرجی‌سبکبار، ح.ع.، ملایی، ن. و هاجری، ب. ۱۳۹۴. تحلیل فضایی الگوی اشتغال در بخش‌های عمده فعالیت نواحی روستایی ایران. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۴(۱۱-۱): ۱۴-۱.
۱۲. کرباسی، ع.ر.، اثنی‌عشری، ه. و عاقل، ح. ۱۳۸۷. پیش‌بینی اشتغال بخش کشاورزی در ایران. مجله اقتصاد در توسعه کشاورزی (علوم و صنایع کشاورزی)، ۲۲(۲): ۴۲-۳۱.
۱۳. کسبایی اصفهانی، ع.ر.، عابدی، م.ر.، باغبان، ا. و حسینیان، س. ۱۳۹۴. مقایسه اثربخشی رویکردهای سنتی مدرن و فرا مدرن مشاوره مسیر شغلی برافزایش انطباق‌پذیری مسیر شغلی دانشجویان دانشگاه اصفهان. فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، ۷(۲۲): ۱۰۷-۹۴.
۱۴. قائم‌مقامی، س. ۱۳۹۳. بررسی عوامل مؤثر بر عملکرد شغلی مهندسين ناظر کشاورزی استان اصفهان. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه شیراز.
۱۵. قلی‌پور، ر.، آقاجانی، ح. و کرامتی کریمی، م. ۱۳۸۸. بررسی عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در حوزه‌ی فناوری اطلاعات. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱(۳): ۱۵۸-۱۲۳.
۱۶. محمدیان ماسوله، ف. ۱۳۹۲. پاسخگویی برنامه درسی به تقاضاهای بازار کار مورد مطالعه: دانش‌آموختگان کشاورزی دانشگاه شیراز. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه شیراز.
۱۷. محمدی، م. ۱۳۹۳. تحلیل یادگیری کارآفرینانه دانش‌آموختگان کارآفرین کشاورزی. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه شیراز.
۱۸. مرکز آمار ایران. چکیده نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۵. ۱۳۹۶الف. قابل دسترسی در: <https://www.amar.org.ir> (بازیابی از اینترنت بهمن‌ماه ۱۳۹۶).
۱۹. مرکز آمار ایران. چکیده نتایج طرح آمارگیری نیروی کار تابستان ۱۳۹۶. ۱۳۹۶ب. قابل دسترسی در: <https://www.amar.org.ir> (بازیابی از اینترنت بهمن‌ماه ۱۳۹۶).
۲۰. معصومی، ا. ۱۳۹۴. تعیین‌کننده‌های تشخیص فرصت کارآفرینانه توسط کارآفرینان کشاورزی. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه شیراز.
۲۱. هاشمی، س.س.، مهرابی، ع.ا.، ایمنی، س. و نجاحی، ا. ۱۳۹۰. توسعه روستایی با تأکید بر اشتغال و کارآفرینی: مطالعه موردی دهستان شباب در استان ایلام. فصلنامه روستا و توسعه، ۱۴(۱): ۵۸-۳۵.

۲۲. یعقوبزاده، م. ۱۳۹۱. شایستگی‌های موردنیاز دانش‌آموختگان کشاورزی برای ورود و نقش‌آفرینی مؤثر در شرکت‌های فنی مهندسی و خدمات مشاوره‌ای کشاورزی از دیدگاه اعضای این شرکت‌ها در استان خراسان رضوی. (پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد)، دانشگاه شیراز.
23. Adome, I.O., and Alli, A.O.A. 2013. *Career Counseling A Tool For National Growth In a Global World*. CIOM 2013- Career's guidance International Conference: 1-20.
 24. Ardichvili, A., Cardozo, R., and Ray, S. 2003. *A theory of entrepreneurial opportunity identification and development*. Journal of Business Venturing, 18: 105-103.
 25. Ardichvili, A., and Cardozo, R.N. 2000. *A model of the entrepreneurial opportunity recognition process*. Journal of Enterprising Culture, 8(2): 103-119.
 26. Baron, R.A. 2006. *Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs "connect the dots" to identify new business opportunities*. The Academy of Management Perspectives, 20(1): 104-119.
 27. Baum, J.A.C., Calabrese, T., and Silverman, B.S. 2000. *Don't go it alone: alliance network composition and startups' performance in Canadian biotechnology*. Strategic Management J., Summer Special Issue. 21(3): 267-294.
 28. Carr, J.L. 2010. *Using Personality Data in Higher Education: A Preliminary Examination of Personality Differences Based On Professional Orientation and Skill Level*. (PhD. Thesis). Capella University, UMI Number: 3426509.
 29. Cooper AC. 2001. *Networks, alliances and entrepreneurship*. In *Strategic entrepreneurship: Creating a new integrated mindset*. Hitt MA, Ireland RD, Camp SM, Sexton DL (eds.). Blackwell: Oxford.
 30. Culas, R., and Mahendrarajah, M. 2005. *Causes of diversification in Agriculture over time: evidence from Norwegian farming sector*. Paper presented at the 11th International Congress of the European Association of Agricultural Economists, Annals. EAAE, Copenhagen, Denmark.
 31. Dammingier, J.K. 2001. *Student Satisfaction with Quality of Academic Advising Offered by Integrated Department of Academic Advising and Career Life Planning*. Rowan University.
 32. Deshpandé, R., Farley, J.U., and Webster Jr, F.E. 1993. *Corporate culture, customer orientation, and innovativeness in Japanese firms: a quadrad analysis*. The journal of Marketing: 23-37.
 33. Drucker, P. 1985. *Entrepreneurship and Innovation: Practice and Principles*. HarperBusiness: New York.
 34. Gulati, R., and Garino J. 2000. *Get the right mix of bricks and clicks*. Harvard Business Review 78(3): 107-114.
 35. Hamel, G. 2000. *Leading the Revolution*. Harvard Business School Press: Boston, MA.
 36. Fatima, S., Iqbal, S., Rehman, F.U., and Ali, M. 2011. *A study of factors affecting opportunity recognition process—case study of Pakistan an opportunity recognition process framework*. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, 3(8): 1106-1124.
 37. Harmancioglu, N., Grinstein, A., and Goldman, A. 2010. *Innovation and performance outcomes of market information collection efforts: The role of top management team involvement*. International Journal of Research in Marketing, 27(1): 33-43.
 38. Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M., and Sexton, D.L. 2001. *Guest Editors' Introduction to the Special Issue Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation*. Strategic Management J., 22: 479-491.
 39. International Labour Organization (ILO). *World Employment Social Outlook (WESO): Trends 2017*. 2017. Available at: <http://ILO.org> (retrieved at February 2018).
 40. Kogut B. 2000. *The network as knowledge; generative rules and the emergence of structure*. Strategic management Journal Special Issue, 21(3): 405-425.

41. Lumpkin, G.T., and Dess, G.G. 1996. *Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance*. Academy of Management Review, 21: 135–172.
42. Mars, M.M. 2016. *The Meaning and Relevancy of Innovation and Entrepreneurship: An Exploration of Agriculture Teacher Preparation and Perspectives*. J. Agricultural Education, 57(3): 55-69.
43. Schut, M., Van Asten, P., Okafor, C., Hicintuka, C., Mapatano, S., Nabahungu, N.L., and Sartas, M. 2016. *Sustainable intensification of agricultural systems in the Central African Highlands: The need for institutional innovation*. Agricultural Systems, 145: 165-176.
44. Schut, M., Rodenburg, J., Klerkx, L., Hinnou, L.C., Kayeke, J., and Bastiaans, L. 2015. *Participatory appraisal of institutional and political constraints and opportunities for innovation to address parasitic weeds in rice*. Crop Protection, 74: 158-170.
45. Sears, S. 1982. *A Definition of Career Guidance Terms: A National Vocational Guidance Association Perspective*. NVGA Board of Directors, Ohio State University: 137-143.
46. Soltani, S., Azadi, H., Hosseini, S.J.F., Witlox, F., and Passel, S.V. 2015. *Marketing innovation in rural small food industries in Iran*. Journal of food products marketing, 21(5): 533-551.
47. Stopford, J. 2001. *Should strategy makers become dream weavers?* Harvard Business Review, 79(1): 165–169.
48. Stokes, D. 2000. *Putting entrepreneurship into marketing: the processes of entrepreneurial marketing*. J. research in marketing and entrepreneurship, 2(1): 1-16.
49. Subramaniam, M., and Venkatraman, N. 1999. *The influence of leveraging tacit overseas knowledge for global new product development capability: an empirical examination*. In Dynamic Strategic Resources: Chichester; 373–401.
50. Timmons, J.C., Hamner, D., and Bose, J. 2003. *Four Strategies to Find a Good Job: Advice from Job Seekers with Disabilities*. Cornell University, Digital Commons@ILR, 11(2): 1-5.
51. Wang, Y., Ellinger, A.D., and JimWu, Y. 2013. *Entrepreneurial opportunity recognition: an empirical study of R&D personnel*. Management Decision, 51(2): 248-266.
52. Webb, J.W., Ireland, R.D., Hitt, M.A., Kistruck, G.M., and Tihanyi, L. 2011. *Where is the opportunity without the customer? An integration of marketing activities, the entrepreneurship process, and institutional theory*. J. the Academy of Marketing Science, 39(4): 537-554.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 5(1), 2018
<http://jead.gau.ac.ir>

Career Counseling Canvas for Business Launching Based on the Experience of Successful Agricultural Graduates

***E. Farmandeh¹ and Gh.H. Zamani²**

¹M.Sc. Student, Agricultural Extension and Education, Shiraz University,

²Professor, Dept., of Agricultural Extension and Education, Shiraz University

Received: 27/9/2015; Accepted: 10/12/2015

Abstract

In developing countries, unemployment is one of the most important challenges. This problem is obvious in different economic sections such as agriculture. Agricultural unemployment is more obvious in agricultural graduates section. In this field a lot of theoretical opinion discussed; but in practice there is no much efforts. Career Counseling could considered as the most important effort in this context. Hence, the propose of this study is to draw canvas career counseling, based on successful graduates' perception, to provide proper content for agricultural students to start proper jobs. To achieve this propose multiple case study was used. In this regard, 10 agricultural graduates were assessed by semi-structured questionnaire. The result showed that four main strategies could recognized in the successful career process of these people, include: Recognition of new opportunities, Market's needs assessment, Considering creativity and innovation, and Networking. By summarization and assortment of raw interview data, some recommendations for business startup in each strategies extracted. Finally, based on the findings, career counseling canvas for business startup drew and presented to agricultural students.

Keyword: Career Counseling Canvas, Business Startup, Successful Agricultural Graduates

*Corresponding author: efarmande@yahoo.com

